

УДК 330

**Шкільник Ірина**

група 3-ФБСС

Тернопільський кооперативний торговельно-економічний коледж

Тернопіль, Україна

**Науковий керівник: Малинич Ганна**

кандидат економічних наук

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

Тернопіль, Україна

**Iryna Shkilnyk**

student of the group 3-ФБСС

Ternopil College of Cooperative Trade and Economics

Ternopil, Ukraine

**Scientific supervisor: Hanna Malynych**

Ph.D. (Economics)

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

## **НОВА ЕКОНОМІЧНА РЕАЛЬНІСТЬ: ЕРА ОН-ЛАЙН A NEW ECONOMIC REALITY: THE ON-LINE ERA**

*«Якщо виклики зростають, то й ми повинні піднятися разом із цими викликами. Оскільки наші виклики нові, то й ми повинні думати й діяти по-новому»*

Авраам Лінкольн

Ще на початку 2020 року українські ЗМІ із захопленням розповідали про відновлення підприємницької активності, про зниження облікової ставки, зміцнення гривні, зростання ВВП. Разом з тим, так само швидко почалися поширюватися та підніматися питання на рахунок чергової пандемії та майбутньої економічної та фінансової кризи. Сьогодні інформаційним простором України здійснюється постійний психологічний пресинг статистикою померлих, зростання цін на продукти першої необхідності, ситуація повної невизначеності, нестабільність курсу долара і цін на нафту, спекуляція та скрутна хвилина для українських підприємців, які з кожним днем втрачають великі суми прибутків. Введення стану надзвичайної ситуації, пов'язаною із поширенням вірусу COVID-19 та карантинних заходів призвели до фактичної зупинки економіки країни. Обмеження або повна заборона пересування працівників до робочих місць, закриття кордонів призвели до припинення роботи близько 600-700 тисяч підприємців, малих підприємств сфери послуг, які дають роботу майже чотирьом мільйонам осіб та являються джерелом державної казни.

Криза – це нові можливості та сприятливе середовище для докорінних змін. Сьогодні бізнес шукає нові формати здійснення підприємницької діяльності, а найбільше можливостей створює всесвітня павутина - Інтернет. У свій час Білл Гейтс застерігав: «Якщо вас немає в Інтернеті, то вас немає в бізнесі», тому вітчизняний бізнес мав час для роздумів і реалізації своїх амбітних планів. Ситуація, що склалася призведе відсіювання неконкурентоспроможних гравців ринку, демонструючи закон Паретто в дії, що може стосуватися як і некваліфікованих робітників, так і невідповідних і негнучких компаній.

На час карантину, коли клієнт є ізольованим в домашніх умовах, компаніям доцільно більше приділяти увагу он-лайн складовій – ведення сторінок в соцмережах, он-лайн-продаж, створення та удосконалення наявних сайтів, що стосується дизайну, прискорення завантаження сторінок та інших факторів. Заміна холодних дзвінків на ефективні месенджери, чат-боти та мобільні додатки, активне впровадження відео-контенту, технологій ретаргетингу, таргетованої реклами та нових інструментів лідогенерації, що стосується сфери SMM-продування. Падіння продажів та як наслідок прибутків змушує власників та

менеджерів бізнесу віднайти шляхи зниження витрат, актуалізується наскрізна аналітика, що стає обов'язковою умовою для підвищення ефективності бізнес-процесів, зокрема у Інтернет-трафіку, воронках продаж у Інтернет-середовищі, системах на кшталт «Битрикс24», «Leeloo», «GetResponse», «Manychat», «Tooligram», «Instapsus.Pro» та ін.

Завдяки недавнім змінам, у роботі підприємств починають активно впроваджуватися віддалені офіси, он-лайн робота та аутсорсинг. Робота з клієнтами, співробітниками та партнерами переходить також на новий щабель, оскільки комунікація та співпраця починає проводитися більш раціонально завдяки он-лайн платформам Skype, Zoom, Cisco та ін. Даний режим роботи не тільки являється набагато ефективнішим, а й в разі продуктивнішим і результативнішим, адже, в дію різноманітних он-лайн систем, керівник може з легкістю перевірити виконану роботу будь-якого працівника, що мінімізує час та інші ресурси, максимізуючи цінність для підприємства та його прибуток. Провідні ТНК Procter & Gamble.Co та Goldman Sach Group Inc.Всі винайшли інноваційний спосіб піклування про своїх працівників. Розуміння того, що сон – запорука продуктивного дня, турбуючись про здоров'я, якісний сон та хорошу атмосферу в командах своїх працівників, пропонують їм відвідувати безкоштовні он-лайн курси з гігієни сну.

Ринок продуктів харчування, продовольчих товарів та фармація, через заборону масових скупчень, швидко пристосувався до даної ситуації приділяючи увагу створенню сервісів доставки та он-лайн покупки. Покупці у соціальних мережах все частіше відзначають зручність покупок продуктів харчування он-лайн, що дозволяє їм економити багато часу, витрати на пальне та ін. Після завершення тривалого карантину ймовірно роздрібні мережі будуть виглядати по-іншому та зорієнтовані на забезпечення максимального сервісу доставки та задоволення потреб споживачів.

Що ж стосується виробничих підприємств в умовах кризи, то важливим залишається зберегти та підтримати цінність бренду, починаючи виробляти, те що потрібно ринку зараз заради майбутнього бізнесу завтра. Яскравим прикладом є рішення Louis Vuitton Moët Hennessy, які з метою уникнення збитків внаслідок падіння їхніх ринків, переорієнтував виробничі потужності Parfums Christian Dior, Parfums Givenchy та Guerlain на гідроалкогольний гель, який компанія безкоштовно передаватиме французькій владі для потреб населення стільки, скільки триватиме криза. Тому якщо завтра відомі українські дизайнери Лілія Літковська, Роксолана Богуцька, Оксана Караванська, Андре Тан та інші перейдуть на пошиття захисних масок – це буде гідний крок, а їхній бренд буде на вустах кожного українця в прямому та переносному значенні!

Тимчасове закриття кордонів в цент зруйнували вітчизняну туристичну галузь, а її імідж втрачено через неспроможність та/або небажання знайти компроміс з туристами, що оплатили подорожі, які ймовірно не відбудуться. Як альтернатива туристам залишається лише можливість безкоштовно відвідати музеї світу он-лайн, звісно за умови доступу до Інтернет. Виснажені сімейні бюджети після завершення карантину будуть спроможні оплатити лише внутрішній туризм, а поїздки закордон будуть відкладені.

Згідно статистичних даних, медіана кількості людей у відсотковому співвідношенні, що заощаджують та накопичують кошти в Україні, складає 0%, тобто половина населення України практично не відкладає коштів на майбутнє, що засвідчує відсутність базових фінансових знань. Тому саме криза на практиці покаже людям цінність будь-якої інформації, навчання та особливо знанням по управлінню власними коштами. Наявність вільного часу створює умови для самоосвіти, підвищення кваліфікації або перекваліфікації. Маєш доступ до Інтернет? Prometheus, Udemu, Coursera та інші глобальні освітні хаби пропонують безкоштовні онлайн курси.

Світова економічна криза, пандемія, спричинена COVID-19 стане каталізатором створення новітніх ІТ-стартапів, адже саме під час кризи народжуються найсміливіші ідеї та дають поштовх до дії. Такі відомі світові лідери як «Lego», «FedEx», «General Motors» та ін. утворилися саме під час світових криз.

Найбільш реалістичним в умовах, що склалися виглядає, що саме ІТ-сфера забезпечить створення нових робочих місць та може стати бюджетотворюючою. Щороку українська ІТ-індустрія зростає на 20%, а в 2018 року ІТ стала другою найбільшою галуззю України з експорту послуг. На відміну від промисловості, ІТ-сфера є мобільною, гнучкою, здатна швидко реагувати на зміни, екологічною, та здатна згенерувати вклад в економіку в розмірі 10 млрд.грн. на рік. Якщо карантин створює та відкриває нові можливості бізнесу, то що йому може стати на заваді?

Згідно статистичних даних в Україні близько 15% населення, приблизно 6,3 млн. громадян, мешкає в зоні цифрового розриву та не має можливості доступу до широкосмугового Інтернету. Тому, найпершою вимогою для становлення цифровізованого суспільства є наявність покриття мережею Інтернет по всій території України. Крім технічної проблеми з'являється все більший розрив між старшими людьми та молоддю, чоловіками та жінками, міськими та сільськими жителями у плані рівня цифрової освіти та використання сучасних технологій. Адже 53% населення, що має доступ до Інтернету, володіє цифровими навичками на рівні «нижче середнього», що відображається на якості навчання, зокрема й дистанційного. Задля усунення цифрового розриву Міністерство цифрової трансформації поставило за мету до 2024 року забезпечити доступ до всіх публічних послуг для громадян та бізнесу он-лайн, залучити 6млн. українців до програми розвитку цифрових навичок та сприяти доступові на 95% території населених пунктів та транспортної інфраструктури до Інтернету.

Наслідком кожної кризи є нова економічна реальність. Чи буде вона цілковитою ерою онлайн? Зрозуміємо у швидкому майбутньому. Доповнюючи вислів Сета Година (засновника однієї з перших онлайн компаній Yoyodyne (1995 р.), що була придбана Yahoo!): «У бізнесі немає втраченої можливості. Тут як на зупинці громадського транспорту – завжди прийде наступний автобус», зауважимо, що нам вирішувати чи будемо за кермом, пасажиром, а може хтось воліє чекати наступного?